

Управление на знанието, информацията и икономическия растеж

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ НАГЛАСИ НА СТУДЕНТИТЕ ЗА СТАРТИРАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС И/ИЛИ ЗА РЕАЛИЗИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ИДЕЯ¹

Доц. д-р Искра Пантелеева
Проф. д-р Любчо Варамезов
Доц. д-р Сергей Найденов
Гл. ас. д-р Емил Николов
Гл. ас. д-р Зоя Станимирова
Ас. Георги Гуцев
Докторант Илиян Ангелов
Докторант Ивайло Костов
Докторант Мариела Петрова
Докторант Нели Килиджийска
Студент Марин Маринов

Резюме

Целта на студията е да се представят резултати от емпирично проучване на нагласите и намеренията на студенти от СА „Д. А. Ценов”, необходимите знания, умения и компетенции за стартиране на малък бизнес, на чиято база да се идентифицират възможности за позитивно въздействие върху предприемаческото поведение на студентите. Във връзка с това са поставени няколко **задачи**: да се проучи мнението на респондентите, да се състави профил на студентите от позициите на дефинираната проблематика и да се предложат идеи за адекватни въздействия. Основната *научноизследователска теза*, която се защитава, е, че чрез изследване и идентифициране на предприемаческите нагласи и намерения, притежаваните от студентите и необходимите за успешното управление на собствен бизнес знания и умения е възможно да се създадат предпоставки, включително и чрез обучение, за по-успешна реализация на предприемачески инициативи. Въз основа на изследването са постигнати следните основни **резултати**: проучено е мнението на респондентите, съставен е профил на

¹ Авторският принос е, както следва: доц. д-р И. Пантелеева – Увод съвместно с проф. д-р Л. Варамезов; ч. I (цикъл реализ. изсл.); ч. IV т. 2; проф. д-р Л. Варамезов – Увод съвместно с доц. д-р И. Пантелеева; ч. III (знания и практически умения); ч. IV т. 1; доц. д-р С. Найденов – ч. III (регистрация на фирма, финансиране, ОП и предприемачески план), заключение; гл. ас. д-р Е. Николов – ч. I (идентиф. профил на респонд.); гл. ас. д-р З. Иванова- ч. II (дарби, качества, умения и компетенции); ас. Г. Гуцев – ч. III (влияние, отрасъл, локализация, правна форма), ч. III (подготвеност - самооценка); ас. И. Ангелов – ч. II (дисциплини, обучителен курс, център); докт. М. Вакинова-Петрова – ч. II (нагласи и състояние); докт. И. Костов – ч. II (семејство и партньорство); докт. Н. Килиджийска – ч. II (пречки, мотиви, причини); студ. М. Маринов – ч. III (бизнес среда).

студентите, идентифицирани са възможности за повишаване на нагласите, знанията, уменията и компетенциите на студентите за стартиране на собствен бизнес и/или реализиране на предприемаческа идея.

Ключови думи: малък бизнес; предприемачество; предприемачески нагласи; знания, умения и компетенции, студенти.

JEL: A22, A23, L26.

STUDENTS' ENTREPRENEURIAL ATTITUDES FOR STARTING THEIR OWN BUSINESS AND/OR FOR IMPLEMENTING ENTREPRENEURIAL IDEAS

Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, Ph.D.
Prof. Lyubcho Varamezov, Ph.D.
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, Ph.D.
Chief Assist. Prof. Emil Nikolov, Ph.D.
Chief Assist. Prof. Zoya Ivanova, Ph.D.
Assist. Prof. Georgi Gutsev
Assist. Prof. Iliyan Angelov
Mariela Vakinova-Petrova, Ph.D. Student
Ivaylo Kostov, Ph.D. Student
Neli Kilidzhiyska, Ph.D. Student
Marin Marinov, Student

Abstract

The **purpose** of this study is to present the results of an empirical study of the attitudes and intentions of students from D. A. Tsenov Academy of Economics, the necessary knowledge, skills and competencies for starting a small business, on the basis of which to identify opportunities for positive impact on students' entrepreneurial behaviour. In this regard several **tasks** are set: to investigate the views of the respondents, to compile a profile of students in terms of the defined problems and to propose ideas for adequate effects. The main *research thesis* that is defended is that by exploring and identifying students' entrepreneurial attitudes and intentions, the knowledge and skills for successful management of their own business it is possible to create conditions, including through training, for the successful realization of entrepreneurial initiatives. Based on the study the following key **results** are achieved: respondents' opinion is studied, a students' profile is drawn, and opportunities are identified to improve students' attitudes, knowledge, skills and competencies for starting their own business and/or implementing an entrepreneurial idea.

Keywords: small business, entrepreneurship, entrepreneurial attitudes, knowledge, skills and competencies, students.

JEL: A22, A23, L26.

УВОД

Наличието на добре работещ собствен бизнес, базиран на лична ангажираност и предприемачески идеи, претворени в конкурентоспособни продукти и организационни форми на икономическа дейност, има съществено значение не само за текущата икономическа конюнктура, но и за развитието на страната в дългосрочен аспект. Успешното им реализиране зависи от качеството на придобитите знания и бизнес умения и от адекватността на тяхното практическо прилагане. Достатъчно ранното идентифициране на необходимите предприемачески компетенции и предприемането на своевременни действия за формиране на адекватен образователен процес, който да провокира нарастване на интереса, да формира позитивни предприемачески нагласи и да съдейства за ясно дефиниране на бъдеща предприемаческа активност, създава предпоставки за нарастване на възможностите за по-пълноценно използване креативността и потенциала на младите хора да създават ползи – за себе си, семейството, икономиката и обществото.

Обект на изследване са студентите от СА „Д. А. Ценов” в ОКС „бакалавър”, а *предмет* – техните нагласи и намерения за стартиране на собствен бизнес и/или за реализиране на предприемаческа идея; необходимите за целта знания, умения и компетенции, както и факторите, оказващи влияние върху формирането на предприемаческите нагласи, намерения и бъдещо поведение. *Целта* на студията е да се представят резултати от емпирично проучване на нагласите и намеренията на студентите от СА „Д. А. Ценов”, необходимите знания, умения и компетенции за стартиране на малък бизнес и/или за разработване на предприемаческа идея. *Задачите* произтичат от целта на изследването и са следните: *Първо*. Проучване на предприемаческите нагласи и намерения на студентите в СА „Д. А. Ценов“. *Второ*. Идентифициране на притежаваните от студентите и необходимите за управлението на собствен бизнес знания и практически умения. *Трето*. Изследване на бариерите и възможностите за превръщане на заявените от студентите нагласи и намерения в успешно предприемаческо поведение. *Четвърто*. Идентифициране възможностите за позитивно въздействие върху нагласите на студентите, техните знания, умения и компетенции, както и върху повишаване на активността им в тази област.

Основната *научноизследователска теза*, която се защитава, е, че чрез идентифициране и изследване на предприемаческите нагласи и намерения притежаваните от студентите и необходимите за успешното управление на собствен бизнес знания и умения е възможно да се създадат предпоставки, включително и чрез обучение, за по-успешна реализация на предприемачески инициативи.

При осъществяване на проучването са ползвани системният и интегрираният подход, индуктивният и дедуктивният метод, индексният и сравнителният метод, анкетният метод и други статистически методи.

I. Методико-организационни аспекти на изследването

Общият цикъл на реализация на емпиричното проучване обхваща три основни етапа:

1. Предварителен етап. Чрез кабинетни методи са проучени литературни и интернет източници, свързани с теоретични и емпирични изследвания на предприемаческите нагласи и намерения на студентите да стартират собствен бизнес и факторите, които оказват влияние върху предприемаческото им поведение. На база набраната информация са определени съдържателният обхват на проучването; структурата на анкетната карта; броят, логическата последователност и формулировката на въпросите. Наличието на други анкетни проучвания на населението като цяло и в частност – на студентите, предостави възможност за съпоставки, за по-ясно дефиниране предприемаческия профил на респондентите и за позициониране на отговорите на анкетираните в по-позитивната или по-консервативната зона на нагласи и намерения за стартиране на собствен бизнес спрямо аналогични отговори на студенти от други висши училища².

2. Същински етап:

2.1. Подготовка на емпиричното изследване:

2.1.1. *Съставяне на предварителна анкетна карта.* Разработена е анкетна карта с включени основни въпроси по тематиката на проучването.

2.1.2. *Пробно изследване.* Проведено е пробно изследване сред ограничен брой респонденти – 11 студенти от специалност „Индустриална бизнес икономика”, за тестване качеството на анкетната карта.

2.1.3. *Изготвяне на окончателна анкетна карта.* На база пробното изследване една част от въпросите отпаднаха, а друга част – бяха агрегирани и прецизирани като формулировка. Разработената окончателна анкетна карта включва **38 въпроса**, структурирани в **3 раздела**:

- *Нагласи и планове (намерения) за стартиране на собствен бизнес* – 19 въпроса за установяване мнението на студентите за възможна тяхна трудова реализация, наличие на положителни нагласи и планове за стартиране на собствен бизнес, подкрепящи и възпиращи фактори при вземането на решение за стартиране на собствен бизнес и предпочитания за сектор, местоположение и правна форма на бизнеса.

² Съпоставките между отговорите на студентите от Стопанската академия и от други висши училища в България не е предмет на настоящата разработка.

- *Знания, умения и компетенции* – 11 въпроса, с фокус върху качествата, знанията, уменията и компетенциите, ключови за предприемаческия бизнес, степента на подготовка и информираност на студентите, потребността от и начините за получаване на допълнителни знания и умения за стартиране и управление на собствен бизнес.

- *Обща информация*, 8 въпроса за получаване на обща информация за участващите в анкетното проучване студенти и съставяне идентификационен профил на респондентите на база пол, възраст, семейно положение, местоживееене, трудов стаж, форма, специалност и курс на обучение.

В анкетната карта е включен един въпрос от открит тип, свързан с дисциплини, които според студентите трябва да се изучават, за да се получат необходимите знания, умения и компетенции за стартиране и управление на собствен бизнес. Останалите 37 въпроси са от закрит тип с възможност за допълнителни индивидуални отговори.

2.2. *Провеждане на емпиричното изследване.* Проучването е проведено през периода април – юни 2016 г. в СА „Д. А. Ценов”. За студентите в задочна форма на обучение анкетирането е извършено по време на последния изпит от семестъра, а за студентите в редовна форма – по предварителен график, обхващащ периода на редовната и поправителната сесия. По-големият брой анкетиранни студенти от определени специалности съответства на по-голямата им обвързаност с изучаването на дисциплини в областта на предприемачеството. Използван е случаен, неповторен метод на подбор на респондентите.

3. **Заключителен етап:**

3.1. *Обработка и систематизиране на резултатите.* Информацията от анкетните карти е обработена чрез ИТ приложения на Google (Google Forms – за създаване на онлайн анкетна карта), Google Disk (за обработване и съхраняване на информацията) и Microsoft Excel (за анализ на резултатите от емпиричното проучване).

3.2. *Оценка на резултатите, обобщения и изводи.* Въз основа на обработените резултати са направени съответни оценки, обобщения и изводи – основа за формулиране на различни възможности за повишаване на нагласите, знанията, уменията и компетенциите на студентите от Стопанската академия да стартиране на собствен бизнес.

Идентификационен профил на респондентите. Анкетното проучване обхваща студентите от Стопанска академия „Д. А. Ценов”, обучаващи се в редовна и задочна форма на образователно-квалификационната степен „бакалавър”. Генералната съвкупност включва 7032 студента, от които са **анкетиранни 1996 лица или 28,4% от всички обучавани**. От тях 893 лица (44,7%) се обучават в редовна форма, 956 лица (47,9%) в задочна форма на обучение, а 147 студенти (7,4%) не са посочили отговор на този въпрос. Трябва да се отбележи фактът, че структурата на респондентите и структурата на всички обучавани в Стопанската академия студенти по признака форма на обучение не са идентични.

В проучването са обхванати 22,1% от редовните и 32,0 % от задочните студенти в Стопанската академия (вж. фиг. 1).



Фигура 1. Разпределение на респондентите по признака „Форма на обучение“ (брой)

Броят на анкетираните студенти от различните специалности варира между 9,42 % и 58,96 %. Причини за различния обхват на респондентите са броят на явилите се студенти на редовна сесия, акцент върху знанията, уменията и компетенциите в дисциплините от учебния план на отделните специалности и др.

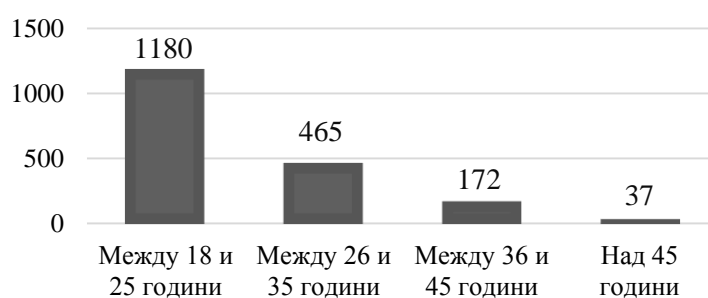
Годината на обучение оказва съществено влияние върху предприемаческите планове, нагласи, знания, умения и компетенции на студентите. Именно поради това тя е включена като профилиращ признак на респондентите. Резултатите са представени в Таблица 1. Тъй като не всички анкетирани са отбелязали поредната година на своето обучение, броят им е редуциран от 1996 на 1912 студента (84 респонденти не са посочили курс на обучение).

Таблица 1
Разпределение на анкетираните студенти по признака „Поредна година на обучение“

| Година на обучение | Респонденти (студенти) | | |
|--------------------|------------------------|-----------------|---------------|
| | Общо, бр. | Анкетирани, бр. | Анкетирани, % |
| Първа година | 515 | 1309 | 39,34 |
| Втора година | 732 | 1865 | 39,25 |
| Трета година | 589 | 1887 | 31,21 |
| Четвърта година | 76 | 1971 | 3,86 |

Процентът на анкетираните студенти от първи, втори и трети курс е висок и балансиран. Значително по-малък е дялът на респондентите от четвърти курс – 3,86 %.

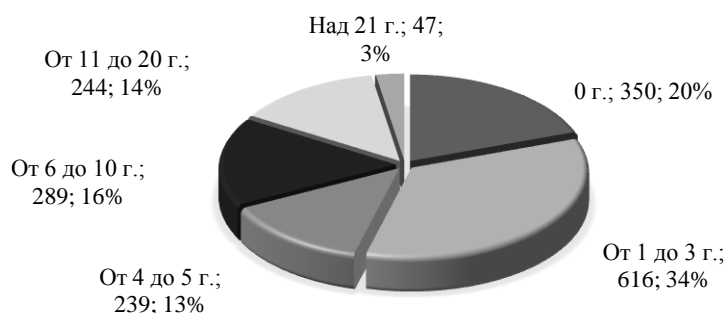
От гледна точка на **възрастовата структура** на изследваните студенти най-голям е делът на лицата между 18 и 25 г., което съставлява 66,7 % от всички анкетирани (вж. фиг. 2). Следват възрастовите групи от 26 до 35 г. (25,1 %), от 36 до 45 г. (9,3 %) и над 45 г. (2,0 %).



Фигура 2. Разпределение на респондентите по признака „Възраст” (брой)

Възрастовата структура на респондентите съответства на възрастовата структура на обучаваните в Стопанската академия студенти.

Структурата на респондентите по признака **трудов стаж** е представена на Фигура 3. Имайки предвид възрастовата структура на респондентите, очаквано най-голям е делът на анкетираните, които имат относително малък трудов опит (от 1 до 3 г.) или нямат такъв. Въпреки това, поради факта, че в изследването участват и студенти в задочна форма на обучение, 46 % от анкетираните са с над три години трудов стаж.



Фигура 3. Разпределение на респондентите по признака „Трудов стаж” (брой, %)

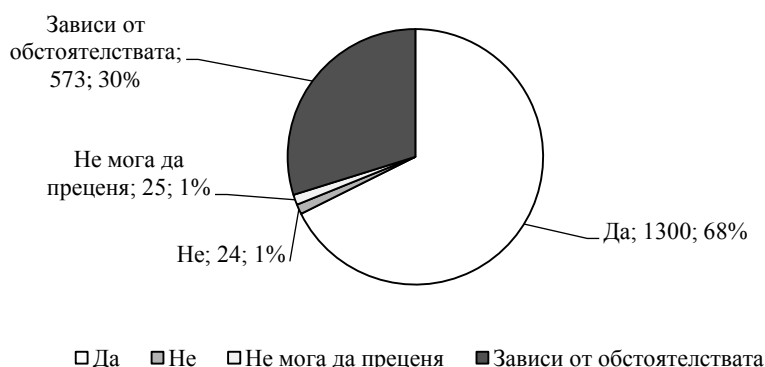
Структурата на респондентите по признака **пол** показва превес на жените (1107 или 59,8% от анкетираните) спрямо мъжете (745 или 40,2% от анкетираните лица). Тя съответства на структурата на всички обучавани в Стопанската академия студенти по същия признак.

Последният признак, въз основа на който се прави идентификационният профил на респондентите, е **населеното място**, в което живеят (по постоянен адрес). Данните от проучването показват, че в него са представени всички 28 области в България. Най-голям обаче е дялът на студентите от областите: Плевен (334 студенти), Велико Търново (233 студенти) и София-град (130 студенти).

II. Предприемачески нагласи и намерения

Проучването на предприемаческите нагласи и намерения на студентите позволява създаването на предпоставки, включително чрез обучение, консултантска и експертна подкрепа, за по-успешна реализация на бъдещи предприемачески инициативи.

Позитивно отношение към предприемаческата кариера показват изключително висок дял студенти – две трети от всички анкетирувани оценяват предприемачеството или управлението на собствен бизнес като добър избор за кариерна реализация (вж. фиг. 4).



Фигура 4. Разпределение на респондентите по признака „Оценка на студентите за предприемачеството като добър вариант за кариерна реализация“ (брой, %)

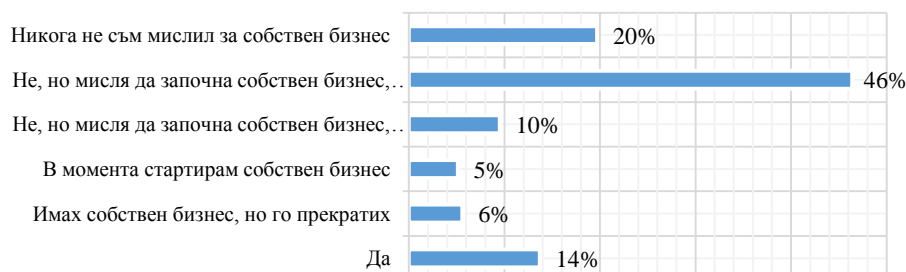
Положителното отношение на един индивид към предприемаческата кариера не означава непременно, че самият той има нагласа и още по-малко – намерения, да стартира и развива собствен бизнес. Това е отношение по принцип към дадена кариерна алтернатива. Човек може да има положително отношение към платена наемна заетост, но, по различни причини, да развива собствено предприятие. И обратно – да има положително отношение към предприемаческата кариера, но да е с нагласа и стремеж към реализиране на платена наемна заетост. Проучването обаче установи,

че позитивното отношение към предприемаческата кариера се трансформира, и то много убедително, в предприемачески нагласи – повече от половината респонденти (64 %) са посочили, че предпочитат да стартират собствен бизнес. Изненадващо, като се имат предвид резултатите от други, аналогични изследвания, кариерата на държавния служител е силно подценена – едва един от всеки осем анкетирувани предпочита да работи в държавната администрация (вж. фиг. 5).



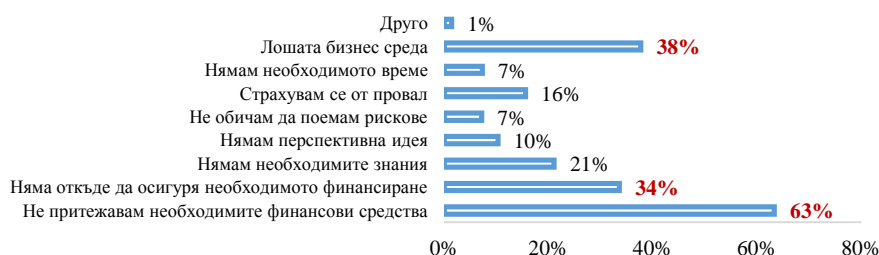
Фигура 5. Разпределение на респондентите по признака „Нагласи на студентите за бъдеща реализация” (%)

Високите нива на позитивно отношение към кариерата на предприемача и на нагласите за самозаетост не са случайни – 20 % от респондентите вече имат предприемачески опит („имам собствен бизнес” – 14 % и „имах, но го прекратих” – 6 %), а 5 % правят първите си стъпки в стартирането и управлението на собствен бизнес (вж. фиг. 6). Почти половината (46 %) от студентите отлагат времево реализацията на предприемаческите си намерения. Това тяхно решение лесно би могло да се обоснове – натрупването на повече професионален и житейски опит, знания и умения в процеса на обучението, финансови средства, евентуални положителни промени в бизнес средата и др. биха увеличили значително вероятността, нагласите и намеренията им да се превърнат в успешни предприемачески инициативи.



Фигура 6. Разпределение на респондентите по признака „Притежаване на собствен бизнес” (%)

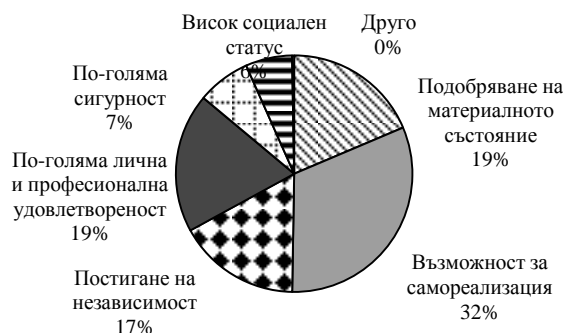
Предприемаческите нагласи и намерения се формират под въздействието на различни фактори. В рамките на проучването особено внимание се отделя на факторите, формиращи негативни нагласи и намерения за стартиране на собствен бизнес (вж. фиг. 7).



Фигура 7. Разпределение на респондентите по признака „Пречки (бариери) за стартиране на собствен бизнес” (%)

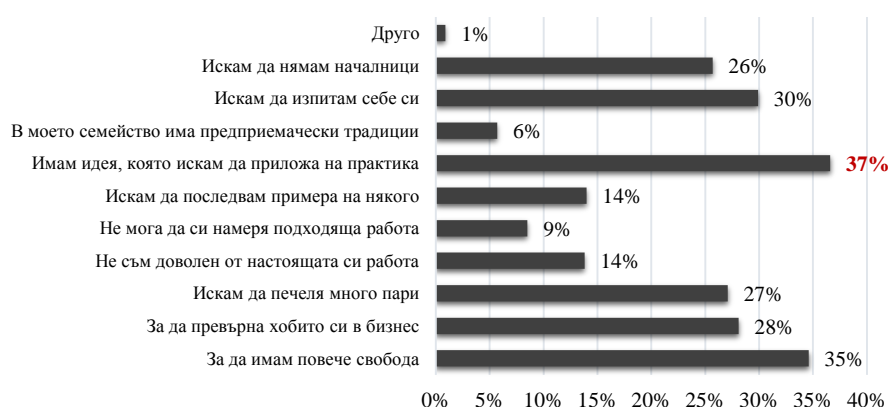
За доминираща част от респондентите възпиращ ефект за стартиране на бизнес имат недостигът или липсата на финансови средства (63 %), достъпът до източници за финансиране (34 %) и неблагоприятната бизнес среда (38 %). Отговорите на студентите са очаквани и до голяма степен идентични с отговорите, които дават предприемачи и мениджъри, оценявайки факторите, ограничаващи развитието на техните предприятия. Част от студентите (21 %) са самокритични към собствените си знания, необходими за успешна предприемаческа кариера.

Почти една трета от анкетираните студенти (32 %) считат, че най-голям мотиватор за стартиране на собствен бизнес е възможността за самореализация (вж. фиг. 8). Позитивно въздействие оказват и постигането на по-добро материалното състояние (19 %), независимост (17 %) и по-голяма лична и професионална удовлетвореност (19 %). Сигурността и социалният статус не са толкова определящи за започване на бизнес.



Фигура 8. Разпределение на респондентите по признака „Мотиви за стартиране на собствен бизнес” (%)

Извеждането на **причините**, насърчаващи предприемачеството и стартирането на собствен бизнес, води до извеждане на познание относно основните параметри и зависимости, подтикващи лицата към инициативна предприемаческа нагласа и поведение (вж. фиг. 9). Респондентите са заложили най-много на следните три групи причини – „Искам да изпитам себе си” – 30%; „Имам идея, която искам да приложа на практика” – 37% и „За да имам повече свобода” – 35%.



Фигура 9. Разпределение на респондентите по признака „Причини за стартиране на собствен бизнес” (%)

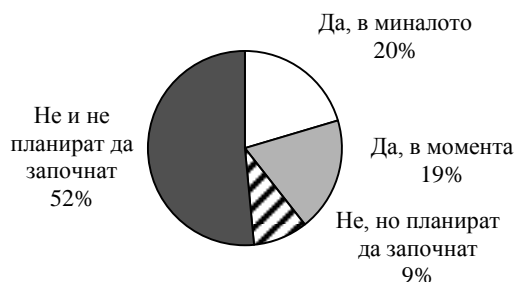
Желанието на студентите да станат бъдещи предприемачи и да развият собствен бизнес се формира под влиянието на различни фактори. Най-силният мотивиращ фактор е възможният успех, базиран на примера. Близо половината (46 %) от интервюираните студенти са формирали своите нагласи именно от информация за успеха на различни предприемачи. Влиянието на медиите е само 3 % и това по-скоро би могло да се оцени положително, доколкото в тях по-често има негативни материали за предприемачите.

Влиянието на непосредствената среда на студентите (родители, приятели и преподаватели в Академията), макар и по-малко, също благоприятства нагласите за бъдеща предприемаческа дейност. Би могло да се очаква, че най-силно ще бъде влиянието на преподавателите в Стопанската академия. Резултатите от проучването обаче опровергават тези очаквания. Само 10 % от студентите са посочили, че тяхното желание да бъдат предприемачи, е формирано под влияние на преподавателите им. В същото време 16 % от интервюираните са посочили своите родители като мотивиращ фактор, което донякъде е изненадващо. Предполага се, че родителите обикновено насочват децата си към стабилност в развитието и кариерата, докато предприемачеството е свързано с несигурност и риск. Въпреки че делът на студентите, повлияни от родителите си, не е твърде

висок, това е обнадеждаваща тенденция за нагласите на част от обществото към предприемачеството.

Резултатите от проучването показват, че е необходимо съдържанието на учебния материал по различни учебни дисциплини да се обогати с примери за успехите и неуспехите на известни предприемачи. Паралелно с това учебният процес трябва да бъде съпроводен с непосредствени впечатления за предприемаческата дейност, получени чрез срещи и дискусии с отделни предприемачи.

Родителите на почти 40 % от студентите имат или са имали в миналото собствен бизнес. Тези студенти, израснали в семейна бизнес среда, притежават определени познания за предприемаческата дейност и познават сравнително добре рисковете и възможностите, произтичащи от нея. Те имат по-ясно изразени предприемачески нагласи и намерения. Същевременно родителите на над половината (52 %) от респондентите не са имали и не планират стартиране на собствен бизнес (вж. фиг. 10), което обаче не е повлияло съществено за формирането на техните нагласи и намерения да бъдат предприемачи.



Фигура 10. Разпределение на респондентите по признака „Притежаване на собствен бизнес от родителите на студентите” (%)

Повече от половината от респондентите (56,3%) имат намерение да стартират собствен бизнес в съдружие с един или повече партньори. Желание да започнат собствен бизнес в съдружие имат най-вече: студентите от втори курс; студентите на възраст между 18 и 25 г.; жените студенти; студентите с трудов стаж между 1 и 3 г.; студентите в задочна форма на обучение; студентите от специалности „Финанси”, „Счетоводство и контрол” и „Индустриална бизнес икономика”.

Студентите предпочитат да се сдружават най-вече с приятели (35,4 %). Приятелството е свързано с доверие – основа за изграждане на партньорски взаимоотношения в бизнеса. Малко над една четвърт от студентите посочват, че биха стартирали собствен бизнес заедно със съпруг/съпруга (28%). Освен доверието основен фактор за наличие на съвместна предприемаческа инициатива са сигурността и по-ниският риск, произти-

чащи от семейната среда. В тази връзка сдружаването с родители е посочено от 23,2 % от студентите. За приблизително 50 % от анкетираните позитивно въздействие върху нагласата им да стартират собствен бизнес имат примерите на успели предприемачи. Ето защо не е учудващ фактът, че 25,3 % от анкетираните биха се сдружили с познати предприемачи. Студентите търсят сигурност чрез вече реализирали се хора, които познават пазарната конюнктура, рисковете и възможностите, които могат да дадат съвет и да помогнат. Най-малко предпочитаният вариант на сдружаване е с колеги – 10,8 %.

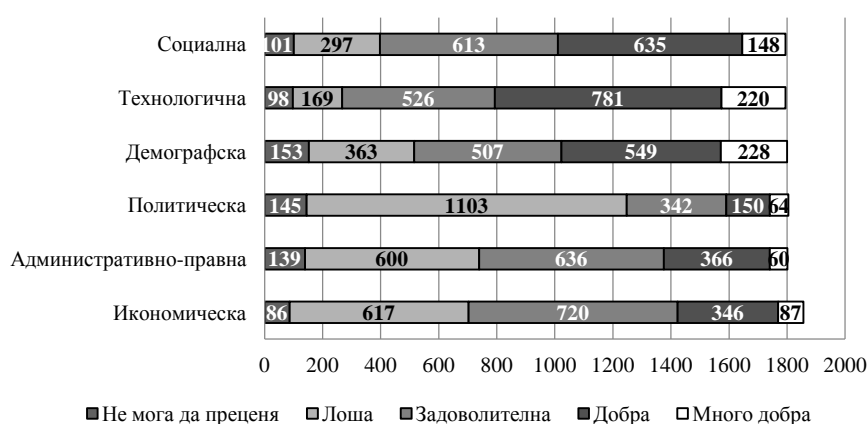
Склонността към започване на бизнес в съдружие може да се обясни с възможностите, които такъв тип начинание предоставя, особено на млади хора, без опит. Такива възможности са: споделяне на разходите при създаване и управление на предприятието; преодоляване недостига на финансови, материални, енергийни, човешки и други ресурси и по-ефективното им използване; споделяне и ограничаване на рисковете; споделяне на знания, умения и способности за пазар, технологии, начини на управление, ноу-хау и др. между партньорите; генериране на идеи и осъществяване на по-добро планиране, което би довело до по-лесно приспособяване към средата и развитие на предприятието; постигане на съвместими цели; изграждане на компетентности; преодоляване на правни и регулаторни пречки, свързани със спецификата на бизнес начинанието; реализация на проекти и изследвания; използване на съвременни форми на организация и управление и др.

Нежелание за съдружие изразяват 43,7 % от студентите. Причините могат да се търсят основно в това, че за хората с предприемачески нагласи е характерен стремежът към независимост и самостоятелност. Това кореспондира и с отговорите, които студентите дават на въпроса „Какво би Ви мотивирало да бъдете предприемач?“, където възможността за самореализация е посочена от 52,7 % от студентите, а постигането на независимост – от 28 %. Като причини за нежеланието за сдружаване могат да се посочат: слабата мотивация, липсата на доверие, ниската предприемаческа култура, нежеланието за споделяне на знания и умения, културните различия и др.

Знанията и опитът на студентите, участвали в изследването, намират израз в мнението им за **бизнес средата** в България (вж. фиг. 11). Данните от проучването обаче показват малко по-различно виждане от често публикувания в различни информационни източници общ оценъчен профил на средата. Най-висок дял от анкетираните са дали положителна оценка на демографската среда – общо 43,2 % с „добра“ и „много добра“ оценка. Подобна оценка може да се обясни единствено с по-ниското равнище на безработица в макроаспект (намаляващ приток в състава на лицата в трудоспособна възраст и силно изразени миграционни процеси, свързани с напускане, работна сила извън страната). За някои отрасли де-

мографският проблем е свързан с намаляващ обем на пазара, което повишава риска за предприемача.

На втора позиция от гледна точка на дял положителни оценки студентите са наредили технологичната среда, което може да се обясни с бързото развитие на информационните технологии. Следват социалната, икономическата, политическата и административно-правната среда. В тези сфери на бизнес средата се наблюдават сериозни проблеми и слабости, което е основание за подобни оценки от страна на студентите.



Фигура 11. Разпределение на респондентите по признака „Оценка на бизнес средата в България” (брой)³

Категорично е мнението на респондентите, че за стартиране на бизнес най-неблагоприятно въздействие оказва политическата среда. Тя поражда несигурност, не позволява стабилност на плановите и инвестиционните процеси. Втора по дял на негативните оценки е икономическата среда, следвана от административно-правната среда.

Като цяло студентите определят средата за стартиране на бизнес в България по-скоро като „лоша” и „задоволителна”, отколкото добра и подкрепяща, което обяснява до голяма степен желанието им за промени в сегашното статукво и от реформи във всички сфери на бизнес средата.

Проучването показва, че според студентите по-големи шансове за успешна предприемаческа дейност има в **отраслите** от нематериалната сфера. Над половината от анкетираните (55 %) считат, че търговията предоставя най-благоприятни възможности за стартиране на предприемаческа инициатива и биха започнали свой самостоятелен бизнес именно в този отрасъл. Добри възможности за предприемачество според студентите има и в туризма (41 % от анкетираните), но тези, които биха започнали туристически бизнес, са по-малко (36 %). Интересно е, че 33 % от анкетираните

³ Различен брой респонденти са дали оценка на отделните видове среда.

студенти биха започнали бизнес в селското стопанство, където според 40 % от тях има добри възможности за предприемачество. Това показва, че студентите имат добра ориентация към възможностите за доходоносен бизнес. От друга страна, не е ясно доколко реалистично оценяват те своите знания и умения, тъй като едва 5,66 % от анкетираните (113 студенти) изучават специфичната материя на аграрния бизнес. Най-малки възможности за стартиране на бизнес студентите виждат в отраслите на промишлеността, строителството и транспорта. Очевидно те си дават ясна сметка за трудностите и необходимостта от опит, за да се реализира предприемаческа идея в тези отрасли.

Оценката на факторите, влияещи върху **локализационния избор** за стартиране на собствен бизнес, дадена от студентите, е сравнително правилна. Наличието на достатъчно голям пазар за реализация на продуктите или услугите е водещ фактор, определящ къде да бъде разположено бъдещо тяхно предприятие. При условие че биха стартирали собствен бизнес, близо половината от анкетираните студенти (46 %) възнамеряват да направят това в голямо населено място. Едва 12 % от тях смятат, че е перспективно да се развива бизнес в малките населени места.

Нагласите на студентите следват демографските тенденции в страната и засилващата се концентрация на бизнеса предимно в големите градове. Очевидна пречка за успеха на предприемачеството в малките градове и села според студентите, особено в сферата на индустрията, строителството и транспорта, а дори и в туризма, са трудностите при осигуряване на необходимите трудови ресурси и квалифицирана работна сила за бизнеса.

Друг мотивиращ фактор за териториалното разположение на предприятието на евентуалния предприемач е благоприятната среда в населеното място, в което живее студентът по постоянен адрес. Тя е свързана със създадени контакти, партньорства и приятелства, с предположението, че средата е добре позната и бизнесът може да бъде по-гъвкав, както и с евентуалната подкрепа от роднини и приятели. Ето защо 27 % от анкетираните студенти смятат, че населеното място в което живеят, е добра локализация за стартиране на собствен бизнес. В същото време над 35 % от анкетираните имат постоянно местожителство в големи и сравнително големи градове на страната (София, Пловдив, Варна, Бургас, Русе, Плевен, Стара Загора). Това подкрепя извода за тенденция на предприемаческите нагласи към концентрация на бизнеса в големите населени места, въпреки липсата на ясен критерий за разграничаване на малко от голямо населено място.

Изборът на подходяща **правна форма** за регистрация на бизнеса е съществен момент от реализирането на предприемаческата идея. Студентите са сравнително добре запознати с възможността за използване на различните правни форми, което рефлектира и в техните отговори за предпочитана форма. Прави впечатление, че половината от анкетираните смя-

тат капиталовите дружества, в частност дружествата с ограничена отговорност (ООД и ЕООД) за по-подходящи за осъществяване на бизнеса. 26 % от тях биха регистрирали бизнеса си под формата на ЕООД, а 24 % – като ООД в съдружие с партньори. Предпочитанията към тази правна форма на капиталовите дружества се обуславя от ограничената отговорност на съдружниците в тях, както и от символичния размер на изисквания регистриран капитал. Регистрацията като Едноличен търговец (ЕТ) се предпочита от 38 % от анкетираните. Решаващ мотив за избор на такава правна форма е лесната и евтина регистрация, както и липсата на изисквания за минимален капитал.

Очевидно нагласите на студентите за предприемаческа дейност се доминират от индивидуализъм. Близко две трети от тях биха регистрирали бизнес само с еднолично управление (под формата на ЕТ и ЕООД). Въпреки че над 56 % от анкетираните студенти твърдят, че имат нагласа за стартиране на бизнес с двама или повече партньори, само 29 % биха регистрирали бизнеса си под някаква формата на съдружие, в т.ч. дружество с ограничена отговорност (24 %), събирателно дружество (3 %) или участие в кооперация (2 %). Може да се предполага, че студентите са положително настроени към различни форми на партньорство в бизнеса, но когато става въпрос за защита на собствените интереси, предпочитат онези правни форми на регистрация, които им позволяват да вземат еднолични решения. Разбира се, това предположение би било вярно при условие, че студентите правят разлика между партньорството в бизнеса и съдружието като елемент на правната форма на неговата регистрация.

Част от студентите смятат, че като физическо лице с права на търговец под формата на ЕТ ще имат възможност за създаване на занаятчийско предприятие (2 % от анкетираните) или за регистрация като земеделски производител (5 %), въпреки че не е ясно защо изключват възможността, такива форми да се регистрират и от капиталово дружество. Очевидно е, че е необходимо, в учебния процес да се разглеждат не само процедурните правила за регистрация на една или друга правна форма на бизнеса, а преди всичко икономическите ползи и рискове от тяхното използване.

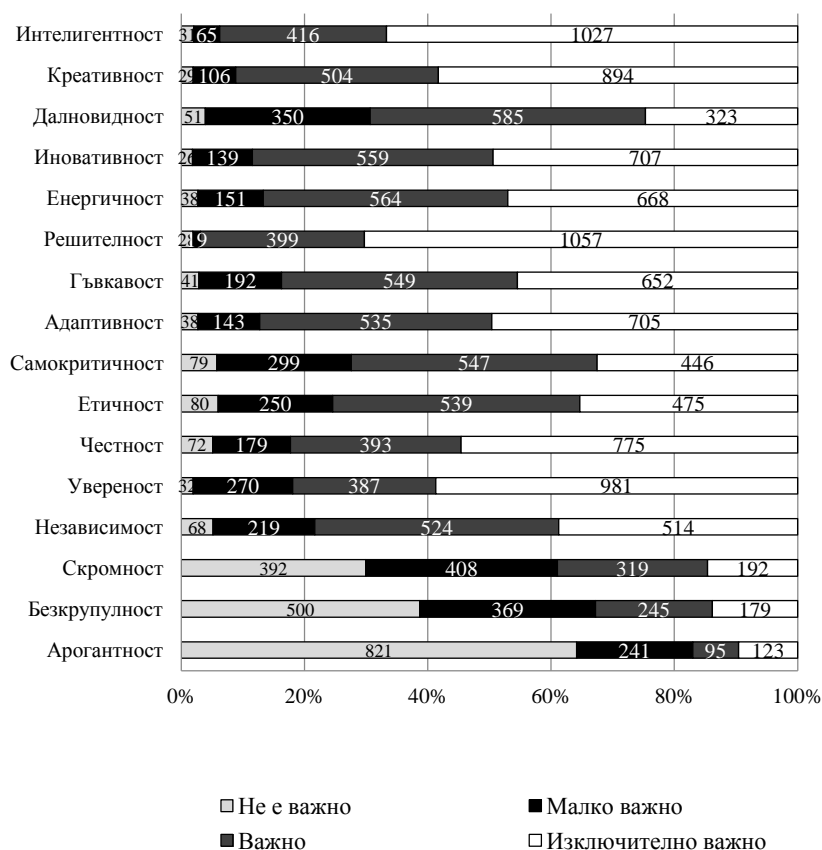
III. Знания, умения и компетенции, необходими за стартирането и управление на собствен бизнес

В бързо променящата се и силно конкурентна среда създаването и успешното развиване на собствен бизнес, според студентите от СА „Д. А. Ценов“, участващи в проучването, изисква, съвременните предприемачи да притежават **специални знания, специфични умения и редица поведенчески и функционални компетенции**. За 86 % от анкетираните

студенти *придобитите знания, умения и опит* имат ключова роля и най-голямо значение за формирането на успешния предприемач. Според тях генерирането на разнородни знания, умения и опит (явни и неявни, знание-какво (know-what), знание-как (know-how), знание-защо (know-why), грижа-защо (care-why), декларативни или процедурни, общи или специфични, индивидуални, колективни и организационни, добре структурирани (алгоритми, формули, теории, схеми, процеси), полуструктурирани (съждения, субективни оценки, евристични правила за взимани на решения) и неструктурирани (без теоретична основа, опит във вид на факти), външни и вътрешни (Гурова, Антонова & Николов, 2012), както и ефективното им трансфериране и използване, оказват съществено влияние върху успешната работа на предприемачите и техните финансово-икономически резултати. Сравнително малък е дялът на студентите (10 %), които считат, че успешният предприемач се формира в резултат на вродените дарби и генетичните заложи на индивида. Тяхната гледна точка е, че предприемачите носят не само генетичния код на наследяваните особености (биологични и физиологични), но и този, определящ основните модели на предприемаческо поведение, т.е. предприемачеството се предава по наследство и предполага наличие на някои вродени качества и заложи. Едва 4 % от респондентите не могат да преценят и считат, че всеки успешен предприемач в определена степен зависи както от разнообразието на придобитите знания, умения и опит, които провокират възприемането на дадено предприемаческо поведение, така и от вродените дарби и генетичните заложи.

Трябва да се има предвид, че *личностните качества* (физически, психически, интелектуални) също са от първостепенно значение за успешното осъществяване на предприемаческата дейност. Основно всеки предприемач трябва да демонстрира гъвкава линия на поведение, динамичен манталитет и способност да реагира творчески и смело при дори на пръв поглед неразрешими ситуации и да се справя успешно с тях (Тодоров, 2010). Личностните качества на предприемача може да са вродени (генетично заложи) или да се развиват и усъвършенстват под влияние на редица външни променливи от заобикалящата го среда. По отношение на качествата, които трябва да притежава съвременният предприемач, сред изследваните студенти се наблюдава голямо разнообразие (вж. фиг. 12). Прави впечатление, че голяма част от респондентите посочват за най-ценни предприемаческите качества: решителност (73 %), интелигентност (72 %), креативност (70 %) и увереност (66 %). Определено предпочитанията на студентите са в посока на т.нар. „лидерски качества”, които са изключително важни и полезни за успешното осъществяване на предприемаческата дейност. Трябва да се посочи, че не са изненадващи резултатите относно дела на студентите, за които най-маловажни са предприемаческите качества: арогантност (53 %), безскрупулност (44 %) и скромност (40 %). Според тях това са негативни качества, които биха попречили за

вземането на адекватни решения и изграждането и поддържането на добри взаимоотношения с основните бизнес партньори.



Фигура 12. Разпределение на респондентите по признака „Качества, които трябва да притежава съвременният предприемач“ (брой)

Студентите от СА „Д. А. Ценов“ посочват, че съвременният предприемач трябва да притежава не само необходимите базови знания, умения и способности, но и онези вътрешно присъщи, вродени или придобити личностни характеристики, нагласи, ценности, мотиви и поведения, които да проявява и демонстрира в конкретни работни ситуации с цел тяхното успешно и ефективно реализиране (изпълнение). Необходимо е да овладява и развива широк спектър от компетенции, вследствие на които да постигне ефективна промяна, устойчиво развитие и реален растеж в желаната посока.

Основно предприемачът следва да има задълбочени знания, практически умения, мотивация, предприемаческа ориентация, управленско

поведение, които могат да бъдат реално приложени и трансформирани в ефективни действия. Според изследваните респонденти успешният предприемач трябва да притежава както *поведенчески („меки“) компетенции (soft skills)*, така и *технически („твърди“) компетенции (hard skills)*.

Като цяло поведенческите („меките“) компетенции определят поведението на предприемача и характеризират неговите възможности за изграждане и установяване на стабилни работни взаимоотношения и връзки. Това са притежаваните от предприемача социални, емоционални и поведенчески ценности, интереси, умения, навици необходими за адекватното и своевременното изпълнение на конкретните дейности и задачи. С други думи поведенческите („меките“) компетенции са съвкупност от различни индивидуални способности и качества на предприемача, осигуряващи възможност за постигане на ефективна трудова дейност, както и генериране на редица финансово-икономически и социални ползи. Във връзка с приоритетните поведенчески („меки“) компетенции, които трябва да притежава съвременният предприемач, студентите посочват:

- ☒ вземане на решения – 80%;
- ☒ работа в екип – 76%;
- ☒ планиране и организиране – 69%;
- ☒ разрешаване на проблеми – 65%;
- ☒ управленска компетентност – 64%;
- ☒ управление на хора – 63%.

Това е разбираемо, тъй като в условията на все по-рискова и трудна за оцеляване бизнес среда предприемачите трябва да могат да вземат точни и навременни решения, бързо и с най-малко разходи да планират и организират своята дейност и не на последно място да търсят и прилагат по-добри възможности за управление на най-ценния си и стратегически актив – хората.

По отношение на техническите („твърдите“) компетенции, които трябва да демонстрира успешният предприемач, изследваните студенти поставят акцент най-вече върху онези видими и невидими способности, позволяващи ефективното и оптималното управление на финансовите и информационните ресурси, ограничаването на неблагоприятните последици и намаляването на рисковата изложеност, извършването на целенасочени, многостранни и комплексни маркетингови проучвания, осъществяването на добри бизнес комуникации и връзки и др. По-конкретно респондентите придават най-голямо значение на компетенциите:

- ☒ управление на финансовите ресурси – 71%;
- ☒ събиране, систематизиране, обработване и анализиране на информация – 66%;
- ☒ чуждоезикова компетентност – 64%;
- ☒ идентифициране, диагностициране и оценяване на риска – 62%;
- ☒ отчитане на променящите се потребности, желания и изисквания на клиентите – 58%;

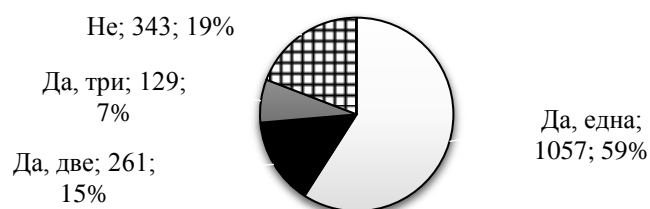
✚ извършване на маркетингови проучвания – 54%.

На практика тези компетенции са свързани със специфичните функционални (технически) знания, умения, способности и възможности на предприемачите, в резултат на които постигат добри финансови резултати и дълготраен и устойчив успех.

Самооценката на студентите за своята **подготвеност** да бъдат предприемачи е реалистична и самокритична. По-голямата част от анкетираните (73 %) не смятат, че имат нужната подготовка. Тук се включват и не малко студенти (17 %), които нямат ориентация и не могат да преценят подготвеността си. Повечето анкетирани (46 %) оценяват подготовката си като недостатъчна, в т.ч. 15 % смятат, че изобщо не са подготвени да бъдат предприемачи. Това може да се обясни с факта, че само 20 % от студентите смятат, че са получили достатъчно знания за предприемачество. Още по-малък (15 %) е дялът на тези, които оценяват практическата си подготовка за стартиране на собствен бизнес като достатъчно висока.

Очевидно е, че както теоретичната, така и практическата подготовка на студентите в областта на предприемачеството по време на обучението им във висшето училище, е недостатъчна. Ето защо не е неочаквано, че само 27 % от анкетираните студенти смятат, че имат определена подготовка да бъдат предприемачи, а едва 6 % оценяват подготвеността си за много добра. При това може да се предполага, че това мнение е формирано от студенти, които вече имат практически опит в предприемачеството, доколкото 14 % от всички анкетирани (270 студенти) имат собствен бизнес, а още близо 100 студенти (5 % от анкетираните) стартират такъв в момента на проучването.

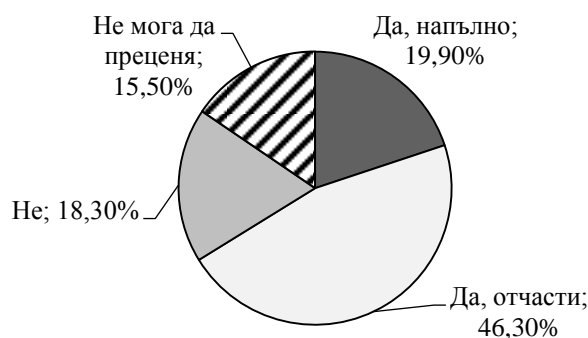
Доминиращият дял (59 %) от анкетираните студенти са изучавали една **дисциплина**, свързана с придобиване на знания и умения в областта на предприемачеството, а 15 % – две дисциплини, което като структура по курс на обучение съответства на броя обучавани второ- и третокурсници (вж. фиг. 13).



Фигура 13. Разпределение на респондентите по признака „Брой дисциплини, свързани с предприемачеството, изучавани от студентите до момента на изследването” (брой, %)

Данните показват, че едва в четвърти курс акцентът се поставя върху предприемаческите аспекти и то не във всички специалности. Една трета от студентите са първокурсници, но 1/5 от респондентите посочват, че не са изучавали нито една предприемаческа дисциплина.

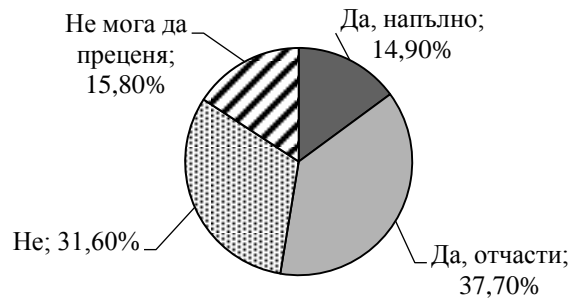
Предприемаческите нагласи и намерения на студентите не трябва да се разглеждат като статични. Те могат да се променят в една или друга посока чрез промяна на условията, които ги обуславят. Несъмнено **обучението** играе важна роля в създаването на благоприятни предпоставки за промяна в предприемаческите намерения на студентите и реализирането на различни предприемачески инициативи. Проучването показва, че всеки пети студент оценява получените в процеса на обучение знания в областта на предприемачеството като напълно достатъчни, а почти всеки втори – като достатъчни в определена степен (вж. фиг. 14).



Фигура 14. Разпределение на респондентите по признака „Самооценката на студентите за придобитите знания по предприемачество – степен на достатъчност” (%)

Отговорът на този въпрос зависи до голяма степен от нагласите и бъдещите намерения на студентите. Тези от тях, които имат ясно изразени предприемачески нагласи и намерения и съответно – по-голяма нужда от знания за реализация на предприемаческа кариера, оценяват по-ниско получените в процеса на обучение знания. И обратно – студенти, които са се насочили към платена наемна заетост, в по-голяма степен считат, че знанията им в областта на предприемачеството са напълно достатъчни. Освен това, знанията, които получават студентите в областта на предприемачеството (с изключение на тези от специалност „Индустриален бизнес и предприемачество” и донякъде от останалите „отраслови” специалности), са по-скоро фрагментарни, а не систематизирани.

По-ниска е оценката на придобитите практически умения за стартиране на собствен бизнес (вж. фиг. 15). И тук, аналогично, отговорите зависят предимно от нагласите и заявените от студентите намерения за бъдеща заетост – самозаетост или платена наемна заетост.



Фигура 15. Разпределение на респондентите по признака „Самооценката на студентите за придобитите практически умения за стартиране и управление на собствен бизнес – степен на достатъчност” (%)

И все пак, макар и с известни различия, и при двете групи респонденти прекаленото теоретизиране на обучението и ниската му практическа пригодност не срещат одобрението на студентите.

При организиране на **обучителен курс** за придобиването на знания и практически умения за стартиране и управляване на собствен бизнес $\frac{3}{4}$ от респондентите биха участвали в него. Това потвърждава тезата, че студентите се интересуват от предприемаческа кариера и желаят да придобият знания и умения в пълния обхват от дейности по създаването на стартиращо предприятие или инициране на новост в съществуващо малко и средно предприятие. Едва 9 % не проявяват интерес към такъв вид курс, поради незаинтересоваността към предмета на обучение и нежелание да развият такива компетенции, а около 20 % не могат да преценят дали това би било полезно за тях.

Резултатите от анкетата недвусмислено показват, че над 80 % от респондентите смятат, че изграждането на **Център за обучение** на студенти за стартиране и управление на собствен бизнес ще повиши техните знания и умения в областта на предприемачеството. Показателен е фактът, че младите хора търсят възможност за придобиване на знания и умения, да създадат контакти и натрупат професионален опит. Около 12 % от анкетираните студенти не могат да преценят дали изграждането на такъв център ще съдейства за повишаване на качеството на придобиваните знания и умения в областта на предприемачеството, а само 6 % са убедени, че това няма да повлияе по никакъв начин.

Изборът на подходяща **правна форма за регистрация** на бизнеса е съществен момент от реализирането на предприемаческата идея. Студентите са сравнително добре запознати с предимствата и недостатъците на различните правни форми, което рефлектира и в техните отговори за предпочитана форма. Прави впечатление, че половината от анкетираните смятат капиталовите дружества, в частност дружествата с ограничена отговорност (ООД и ЕООД) за по-подходящи правни форми за осъществ-

вяване на бизнеса. 26 % от тях биха регистрирали бизнеса си под формата на ЕООД, а 24 % – като ООД в съдружие с партньори. Предпочитанията към тази правна форма на капиталовите дружества се обуславя от ограничената отговорност на съдружниците в тях, както и от символичния размер на изисквания регистриран капитал. Регистрацията като Едноличен търговец (ЕТ) се предпочита от 38 % от анкетираните. Решаващ мотив за избор на такава правна форма е лесната и евтина регистрация, от една страна, а от друга – липсата на изисквания за минимален капитал.

Очевидно нагласите на студентите за предприемаческа дейност се доминират от индивидуализъм. Близко две трети от тях биха регистрирали бизнес само с еднолично управление (под формата на ЕТ и ЕООД). Въпреки че над 56 % от анкетираните студенти твърдят, че имат нагласа за стартиране на бизнес с двама или повече партньори, само 29 % биха регистрирали бизнеса си под някаква формата на съдружие, в т.ч. дружество с ограничена отговорност (24 %), събирателно дружество (3 %) или участие в кооперация (2 %). Може да се предполага, че студентите са положително настроени към различни форми на партньорство в бизнеса, но когато става въпрос за защита на собствените интереси, предпочитат онези правни форми на регистрация, които им позволяват да вземат еднолични решения. Разбира се, това предположение би било вярно при условие, че студентите правят разлика между партньорството в бизнеса и съдружието като елемент на правната форма на неговата регистрация.

Част от студентите смятат, че като физическо лице с права на търговец под формата на ЕТ ще имат възможност за създаване на занаятчийско предприятие (2 % от анкетираните) или за регистрация като земеделски производител (5 %), въпреки че не е ясно защо изключват възможността, такива форми да се регистрират и от капиталово дружество. Очевидно е необходимо, в учебния процес да се разглеждат не само процедурните правила за регистрация на една или друга правна форма на бизнеса, а преди всичко икономическите ползи и рискове, свързани с тяхното използване.

На анкетен въпрос към студентите, запознати ли са с възможностите за **финансиране**, изключително висок процент – 72,8% („да, напълно” – 22,6% и „да, отчасти” – 50,2%) са отговорили положително. Едва 27,2% от анкетираните са посочили, че не познават в детайли тези възможности.

На анкетен въпрос дали са запознати с възможностите за финансиране на собствен бизнес, които **оперативните програми** предоставят, 59 % от анкетираните студенти отговарят положително („да, напълно” – 16 % и „да, отчасти” – 43,3 %). Незапознати с тези възможности са 43,7%.

За сложната, отговорна и трудоемка работа по изготвянето на предприемачески план свидетелстват и резултатите от анкетата. На въпроса дали са разработвали **предприемачески план**, 54,8 % отговарят отрицателно. Само 17,7 % заявяват, че са изготвяли предприемачески план самостоятелно, а 27,5 % – в екип.

IV. Възможности за въздействие върху предприемаческите нагласи и намерения на студентите

1. Обобщения и изводи

Първо, кариерата на предприемача е привлекателна за студентите. Тя е силно предпочетена пред останалите алтернативи (платена наемна заетост в държавната администрация или в частни компании). Предприемаческите нагласи, разглеждани като отношение на индивида към бъдещо предприемаческо поведение (стартиране на собствен бизнес, реализация на предприемаческа идея, вътрешно предприемачество), са подчертано положителни при две трети от респондентите. Очаквано нагласите за самозаетост са по-високи при студенти със собствен бизнес и/или с родител (родители) предприемач, както и при тези, които са заявили, че са подготвени за бъдеща предприемаческа кариера. Разбира се, идеята за платена наемна заетост не е чужда на студентите, като предпочитанията, тя да се реализира в големи български или чуждестранни компании, са ясно изразени.

Второ, предприемаческите нагласи влияят положително върху предприемаческите намерения (намерения за стартиране на собствен бизнес). Над половината от респондентите възнамеряват да стартират предприемаческа дейност по време и след завършването на висшето си образование. Предприемаческите намерения се влияят основно от социалната среда и близкото обкръжение на студента (семейство, колеги, приятели, преподаватели, познати предприемачи). Доброто познаване на успешен, чужд предприемачески опит (включително и на настоящия работодател на студента и/или негови близки) също кореспондира положително с предприемаческите намерения. В същото време изграждането на по-скоро негативен, отколкото положителен имидж на предприемача от страна на медиите през последните 25 г. определя и слабото им влияние върху предприемаческите намерения. Предприемаческите намерения са по-силно изразени при: студенти, които считат, че управлението на собствен бизнес е добър избор за кариерна реализация; студенти, заявили готовност за предприемаческа кариера; студенти, чиито родители са притежавали или притежават в момента собствен бизнес.

Трето, проучването на предприемаческите нагласи и намерения цели да се прогнозира вероятността за реализация на бъдещо предприемаческо събитие. Логично вероятността да се реализира предприемаческо поведение (например стартиране на собствен бизнес) е толкова по-голяма, колкото по-силно изразени са нагласите и намеренията за предприемаческа кариера. Реализацията на предприемаческите намерения и превръщането им в предприемаческо поведение обаче зависят не само от предприема-

ческият потенциал на индивида, но и от факторите на средата. Резултатите от проучването показват, че оценките на респондентите на различните елементи на средата за стартиране на собствен бизнес у нас са преобладаващо негативни. В този смисъл, независимо от благоприятните нагласи и намерения за предприемаческа кариера, вероятността за превръщането им в реално предприемаческо поведение е трудно да се прогнозира еднозначно.

Четвърто, акцентът в проучването бе поставен на влиянието на „теглещите“ (pull) фактори върху предприемаческите намерения. Елиминирането на възможността да се изследва пълноценно push ефекта (влиянието на „тласкащите“ фактори) върху формирането на предприемаческите намерения, се отчита от изследователския екип като досаден пропуск при съставянето на анкетната карта. Така push ефектът и най-вече влиянието на безработицата върху избирането на предприемаческата алтернатива останаха в известна степен неизяснени в настоящото изследване. Проблемът за младите хора обаче не е толкова безработицата (процентът на безработица сред завършилите висше образование у нас е пренебрежимо малък – около 2%), колкото намирането на подходяща за съответното образование и квалификация платена заетост. Немалка част от завършващите висше образование у нас, вкл. и в Свищов, трудно си намират подходяща работа и започват трудовата си кариера, упражнявайки непрестижна, нископлатена и не кореспондираща с придобитите от тях знания и умения работа. В този смисъл, чрез някои отговори на респондентите (например, „не мога да си намеря подходяща работа“ или „не съм доволен от настоящата си работа“) можем да заключим, макар и косвено, че push ефектът и особено влиянието на безработицата върху формирането на предприемаческите намерения на нашите студенти са слабо изразени.

Пето, проучването показва, че в процеса на обучение студентите получават повече теоретични знания и по-малко практически умения за стартиране и управление на собствен бизнес. Така те изразяват неодобрение на подчертаното теоретизиране на обучението и неговата ниска практическа приложимост. Тези резултати са силни сигнали към Висшето училище да отговори адекватно на ясно заявените предприемачески нагласи и предприемачески намерения на студентите. Това може да стане чрез усъвършенстване на учебните планове и програми и повишаване на практическата приложимост на обучението. За изграждането на позитивни предприемачески нагласи и намерения и най-вече за увеличаване на вероятността те да се реализират в успешно предприемаческо поведение, е необходимо да се прилага комплексен подход, който да съчетава придобиването на теоретични знания и специализирани знания и умения, консултации и административна помощ преди стартиране на бизнес, информационни услуги, експертни съвети, последващо обучение след стартиране на бизнес и др. Нуждата от получаване на повече специализирани знания и придобиване на практически умения за успешното реализиране на предприемаческите намерения е заявена чрез категоричната подкрепа на идеята за из-

граждането към Стопанската академия на Център за обучение на студенти за стартиране и управление на собствен бизнес (над 80 % от респондентите), както и в намерението на студентите да се включат в обучителен курс за придобиване на знания и практически умения за стартиране и управление на собствен бизнес (над 70 % от респондентите).

2. Постигнати резултати и възможности за последващо въздействие върху предприемаческите нагласи и намерения на студентите

Реализирането на емпиричното изследване е свързано с постигането на следните **резултати**:

- Проучени и оценени са с предприемаческите нагласи и намерения на студентите в СА „Д. А. Ценов”.
- Установени са нивото и степента на достатъчност на придобитите предприемачески знания и умения, както и мнението на респондентите за значимите качества на предприемача и необходимите знания, умения и компетенции за стартиране и управление на собствен бизнес.
- Изследвани са бариерите и възможностите за превръщане на заявените от студентите нагласи и намерения в успешно предприемаческо поведение.
- Идентифицирани са конкретни възможности за позитивно въздействие върху:
 - нагласите и намеренията на студентите;
 - техните знания, умения и компетенции;
 - степента на предприемаческа активност на студентите.

Проведеното емпирично проучване е съпътствано от възникването на редица допълнителни въпроси: Доколко достоверни са резултатите? Доколко получената информация дава основание да се идентифицират възможности за последващото ѝ използване? За кого е предназначена и има ли значима познавателна стойност? Могат ли да се реализират нови проучвания на студентските нагласи и намерения с цел формиране на тенденции и отчитане на начин и степен на използване на предходните резултати?

Не на всички въпроси могат да бъдат дадени еднозначни и точни отговори. Все пак, дори при наличието на субективизъм и съответно – на някои доста интересни, странни или различни резултати, в сравнение с други емпирични проучвания, **предприемаческият профил на студентите** в Стопанската академия през 2016 г. е *добра основа и достатъчно надежден ориентир да се идентифицират полета за бъдещи действия както от страна на преподавателите, така и на академичното ръководство.*

Възможностите или направленията за въздействие върху студентите могат да се разграничат в три посоки (вж. фиг. 16):



Фигура 16. Общ модел на възможностите за повишаване на нагласите, знанията, уменията и компетенциите за стартиране на собствен бизнес

1) Теоретична подготовка:

☑ **Структурни промени** – оптимизиране структурата на учебните планове на специалностите и структурата на тематичното съдържание в рамките на отделните дисциплини в учебните планове, свързани с предприемачеството.

☑ **Съдържателни промени** – промяна във философията, общата логика и целите на предоставяните знания съгласно учебните планове; промяна в центъра на теоретичната подготовка и начина на поднасяне на учебното съдържание (префокусиране на съдържателните постановки с акцент върху приложния аспект); формиране на предприемаческо мислене, стремеж към инициативност и самореализация; провеждане на активно обучение чрез включване на студентите в инициативи на Стопанската академия в областта на предприемачеството, което да бъде обвързано със съдържанието на съответните дисциплини и др.

☑ **Взаимодействие и интерактивност** – усъвършенстване на връзките между дисциплините в учебните планове, между студентите и преподавателите по предприемачество и между самите преподаватели за постигане на синергия между нагласи за и познания по предприемачество.

☑ *Качество на предоставяните знания* – въздействие върху нагласите и поведението на преподавателите за прилагане на креативен, иновативен, предприемачески подход в процеса на преподаване, задълбочаване на техните знания, умения и компетенции в областта на предприемачеството, управлението на собствен бизнес, съвременните методи на обучение и комуникиране и др.

2) Практическа подготовка:

☑ *Използване на съществуващи и изграждане на нови структурни формирания в СА* – по-пълноценно използване на условията и възможностите, предоставяни от Центъра за научни изследвания по малък бизнес и предприемачество (ЦНИМБП), за: провеждане на научни изследвания на академичен състав и докторанти и учебни занятия със студенти; прилагане на гъвкави учебно-организационни форми за придобиване на нови (допълнителни) знания и умения в областта на предприемачеството. ЦНИМБП може да съдейства за активизиране дейността на Студентски клуб „Предприемачество и иновации”, както и да функционира в сътрудничество с Центъра по предприемачество, който се предвижда да бъде изграден, съгл. Стратегията за развитие на научните изследвания на Стопанската академия.

☑ *Взаимодействие и интерактивност, проектна и мрежова активност* – усъвършенстване и оптимизиране на връзките между предприемаческа теория и практика чрез съвместни инициативи между Стопанската академия и трети страни, включително на база интерактивна комуникация между преподаватели, докторанти, студенти, представители на бизнеса и публичните институции, прилагайки принципа „учене чрез действие” (Learning by doing): организиране на открити занятия, уъркшопове, майсторски класове, срещи–дискусии и други събития в областта на малкия бизнес и предприемачеството; участие на преподаватели и студенти в мрежи и проекти в областта на предприемачеството.

3) Информационна осигуреност и предприемаческа среда – постигане на добра *информационна осигуреност* и изграждане на *предприемаческа среда* във висшето училище, което създава позитивни предпоставки за:

- формиране на устойчиви процеси на активно взаимодействие между преподаватели, студенти и външни заинтересовани страни;
- повишаване качеството на образователния продукт, предлаган от Стопанската академия;
- разширяване на възможностите за постигане на съответствие между потребности на бизнеса и услуги, предоставяни от висшето училище;
- повишаване равнището на удовлетвореност на всички заинтересовани страни – преподаватели, студенти, бизнес, публични институции;
- постигане на по-добра кариерна реализация на студентите на база собствени познания и усилия в областта на предприемачеството.

Заключение

Изборът за реализиране на собствен бизнес от студентите е свързан с множество сложни и често противоречиви въпроси. Разглеждани и решавани във времето, те могат да бъдат обединени в разбирането на предприемачеството като процес. Предприемачът не само трябва да открие своята идея, да я „види“ като конкретна стока или услуга, но и да потърси нейното място на конкретния пазар, да осигури ресурси за нейното създаване и производство, да разработи детайлен план за действие, да обмисли юридическата форма, която ще приеме неговият бизнес, да търси най-доброто място за разполагане на бизнеса, да наеме работници, най-удачната структура за неговото управление и множество други важни въпроси. Разбира се, между мечтите и реалността на предприемаческия успех има твърде обширно пространство, което трябва да бъде наситено с много труд, време, амбиция и енергия. Някои остават само с мечтите си. Други тръгват по нелекия път от идеята до пазара. Изминаването на този път обхваща или описва съдържанието на предприемаческия процес. Този път, студентите предприемачи трябва да знаят, е строго индивидуален, което съвсем не означава, че процесът, осъществяван от различните предприемачи, няма общи черти и характеристики. Решението за започване на собствен бизнес е резултат от въздействието на множество фактори, но взето веднъж, то е преди всичко решение за промяна на досегашния начин на живот.

Днес студентите предприемачи не разчитат на случайността, а системно и организирано търсят благоприятните възможности за откриване и създаване на нововъведението. Отговорността на висшето образование и на самите преподаватели е, достатъчно рано да идентифицират конкретните потребности от допълнителни знания, умения и компетенции, да създадат и предложат благоприятна среда за тяхното придобиване и да съдействат за трансформирането на предприемаческите нагласи и намерения в работещи бизнес решения.

Използвани източници

- Гурова, Е., Антонова, А. & Николов, Р. (ред.) (2012). Управление на знания. София: Булвест 2000. file:///C:/Documents%20and%20Settings/Owner/Desktop/KM_book_glavi_1-5_str1-104.pdf.
- Тодоров, К. (2010). Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисното развитие. *Годишник на УНСС*, София, (1), 5-25.